



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 29. März 2019

Launch der exklusiven „esmara x Influencer“-Kollektion: Lidl zieht den Sommeranfang in der Hauptstadt vor

Gemeinsam mit vier #LidlStudio-Fashionistas lud Lidl zum Summer Warm-up nach Berlin ein und präsentierte erstmals die neue „esmara x Influencer“-Kollektion

Zitronenlook, Polka Dots, Maritim oder Boho-Vibes – am Donnerstag enthüllte Lidl die erste „esmara x Influencer“-Kollektion und verwandelte dafür das Glashaus in Berlin in einen sommerlichen Stadtpark an der Spree. Rund 250 Gäste aus Showbiz und Social Media folgten der Einladung zur exklusiven Präsentation der Sommerkollektion von DominoKati, Patrizia Palme, Shanti Joan Tan und Valentina Pahde, darunter Barbara Meier, Florence Kasumba, Iris Mareike Steen und Wilson Gonzales Ochsenknecht mit seinem Bruder Jimi Blue sowie Riccardo Simonetti, Alina Merkau und Toni Dreher.

Highlight der Sommerparty: Die Kollektion wurde durch Models sowie die #LidlStudio-Influencerinnen selbst in alltagstypischen Situationen wie auf dem Skateboard, dem Fahrrad oder beim Picknick präsentiert. Mit Ende der Präsentation verwandelte sich die Szenerie vom Stadtpark bei Tag in eine abendliche Freiluftparty mit Beats der DJanes von Lockereasy.

„Mit der ‚esmara x Influencer‘-Kollektion wollen wir vor allem modebewusste Kunden ansprechen und sie für unsere Fashionpieces begeistern. Bei unseren Gästen kam die Zusammenarbeit mit unseren vier Influencerinnen des #LidlStudio sehr gut an. Nun freuen wir uns auf das Kundenfeedback, wenn die sommerlichen Kleidungsstücke ab dem 15. April in unserem Onlineshop erhältlich sind“, zeigte sich Jan Bock, Geschäftsleiter Einkauf bei Lidl Deutschland, zufrieden.

Limitierte Sommeroutfits für Trendsetter

Bereits beim esmara-Design-Day im Sommer 2018 entwarfen Katrin Motz alias DominoKati, Patrizia Palme, Shanti Joan Tan und Valentina Pahde die sommerlichen Looks, bestehend aus jeweils vier Trend-Pieces. Entstanden ist eine 16-teilige, limitierte Kollektion mit lockeren Schnitten, angesagten Mustern und Farben der Saison, die ein Statement für den bevorstehenden Sommer setzen. Die Stücke lassen sich einfach miteinander oder mit den Lieblingsteilen im eigenen Kleiderschrank kombinieren.

„Wichtig ist uns bei Lidl allerdings nicht nur die Optik der Kollektion. Bei der Herstellung und Auswahl hat Qualität für Lidl höchste Priorität. Wir setzen auf hochwertige Verarbeitung und angenehmen



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 29. März 2019

Tragekomfort. Hierfür kontrollieren wir mittels unseres umfangreichen Qualitätssicherungssystems alle Schritte entlang der gesamten Produktions- und Lieferkette“, so Jan Bock weiter.

Erhältlich ist die Kollektion in den Größen XS bis XXL bzw. 34 bis 50 sowie bei den Schuhen in den Größen 36 bis 41 exklusiv im Lidl-Onlineshop ab dem 15. April 2019. Die Preise liegen zwischen 5,99 Euro und 17,99 Euro.

Die Statement-Looks im Überblick

Katrin Motz (@dominokati):

Maritim kommt niemals aus der Mode. Kati kombiniert ihre marineblaue Culotte (aus Viskose und Elasthan) gekonnt mit einem weiß-blau gestreiften Basic-Shirt mit aufgedruckter Kirsche sowie dem Must-have des Jahres: der Gürteltasche. Knallrot mit goldenen Elementen setzt die Tasche den perfekten Akzent für den Gesamtlook und lässt sich ganz einfach zu einer Crossbody-Bag umfunktionieren. Für kühle Abende hat Kati ihre Jeansjacke (aus Baumwolle und Elasthan) mit ihrem eigenen Motto „Maybe perfect“ griffbereit.

Patrizia Palme (@patriziapalme):

Senfgelb darf in diesem Jahr in keinem Kleiderschrank fehlen. Passend dazu hat Patrizia das Trendpiece Maxirock (aus Viskose und Elasthan) in dieser Farbe entworfen und mit weißen Polka Dots und Volants aufgepeppt. Die Influencerin kombiniert dazu ein klassisch-weißes, gerade geschnittenes Trägertop (aus Baumwolle und Elasthan) mit Palmenverzierungen und ihre Pantoletten mit leichtem Plateau. Weiter aufgelockert wird der Style mit der aufwendig geknüpften Crossbody-Bag mit Fransen (aus Baumwolle) im Boho-Look.

Shanti Joan Tan (@shantijoantan):

Shantis Leidenschaft für Zitronen ist für ihre Follower längst kein Geheimnis mehr. Diese hat sie in ihr esmara-Outfit integriert. Mit ihrem Jumpsuit (aus Viskose und Elasthan) in Wickeloptik und Zitronenprint ist sie mittags beim Stadtbummel perfekt gestylt. Abgerundet wird der Look durch Shantis Bade-Pantoletten in angesagter Frottee-Optik sowie durch ihren zitronengelben Rucksack. Cool kombiniert mit ihrer Jeansjacke (aus Baumwolle und Elasthan) ist Shantis Outfit perfekt.

Valentina Pahde (@valentinapahde):

Verspielt, trendy und dennoch sportlich: Valentinas Look ist vielseitig. Ihre rote Carmenbluse mit Polka Dots und Volants lässt sich ebenso gekonnt zur passenden Shorts (beides aus Viskose und Elasthan)



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 29. März 2019

kombinieren wie zu ihrer Super Skinny Fit Jeans (Stretch durch hohen Elasthan-Anteil) mit perfektem Sitz und roten Highlights. Weiße Sneakers mit wahlweise roten oder weißen Schnürsenkeln runden das Outfit ab.

Eine Preview zu den neuen Trendpieces gibt es unter folgendem Link: www.lidl.de/influencerkollektion
Weitere Einblicke in das #LidlStudio sind unter www.lidl.de/studio zu finden.

Instagram: <https://www.instagram.com/lidlde/>

Facebook: <https://de-de.facebook.com/lidl/>

#lidlstudio

#lidlde

Über Lidl Deutschland:

Das Handelsunternehmen Lidl gehört als Teil der Unternehmensgruppe Schwarz mit Sitz in Neckarsulm zu den führenden Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland und Europa. Aktuell ist Lidl in 30 Ländern präsent und betreibt rund 10.500 Filialen in derzeit 29 Ländern weltweit. In Deutschland sorgen rund 79.000 Mitarbeiter in rund 3.200 Filialen täglich für die Zufriedenheit der Kunden. Dynamik in der täglichen Umsetzung, Leistungsstärke im Ergebnis und Fairness im Umgang miteinander kennzeichnen das Arbeiten bei Lidl. Seit 2008 bietet der Lidl-Onlineshop Non-Food-Produkte aus verschiedenen Kategorien, Weine und Spirituosen sowie Reisen und weitere Services an. Das Angebot des Lidl-Onlineshops wird ständig erweitert und umfasst derzeit rund 30.000 Artikel. Als Discounter legt Lidl Wert auf ein optimales Preis-Leistungsverhältnis für seine Kunden. Einfachheit und Prozessorientierung bestimmen das tägliche Handeln. Dabei übernimmt Lidl Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt und fokussiert sich im Bereich Nachhaltigkeit auf fünf Handlungsfelder: Sortiment, Mitarbeiter, Umwelt, Gesellschaft und Geschäftspartner. Lidl hat im Geschäftsjahr 2017 einen Umsatz in Höhe von 74,6 Mrd. Euro erwirtschaftet, davon 21,4 Mrd. Euro Lidl Deutschland. Mehr Informationen zu Lidl Deutschland im Internet auf lidl.de.